2-（4）ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

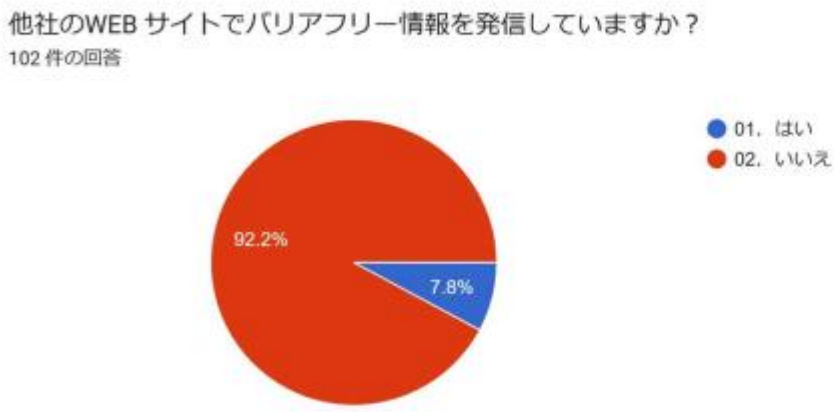
仕様書項目

ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

■ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査　調査結果レポート（9／13）

（詳細は別添4_1_取組状況調査2024_レポートを参照）

他社WEBサイトでの情報発信について、発信していると回答した団体は全体の7.8%（8社）となっている。



業種	他社のWEB サイトでバリアフリー情報を発信していますか？	バリアフリー情報が掲載されているWEB サイト名、掲載URL を教えてください。
宿泊施設	01．はい	じゃらん https://www.jalan.net/yad325896/accessibility/?screenId=UWW3001&yadNo=325896&stayMonth=&dateUndecided=1&stayYear=&stayDay=&minPrice=0&maxPrice=999999&rootCd=7701&callbackHistFlg=1&smlCd=470202&distCd=01&pageNm=accessibility
宿泊施設	01．はい	https://okumaresort.com/guestroom/garden-villa-barrier-free.html
宿泊施設	01．はい	楽天トラベル（https://travel.rakuten.co.jp/HOTEL/179357/179357_std.html）
宿泊施設	01．はい	https://ikkei.or.jp/hotels/12
宿泊施設	01．はい	https://www.hpdsp.net/rycom/hw/hwp3200/hww3201init.do?yadNo=324728&adultNum=2&roomCrack=200000&stayYear=&stayMonth=&stayDay=&roomCount=1&dateUndecided=1&screenId=HWW3101&planCd=L2167960&roomTypeCd=0515717&planListNumPlan=1_0_3
宿泊施設	01．はい	沖縄県バリアフリーマップ　http://okinawa-bf-map.jp/facility-info/detail?facility_id=1351
宿泊施設	01．はい	https://www.jalan.net/yad389916/
観光案内所	01．はい	おきなわ物語　https://www.okinawastory.jp/news/local/4480#blue

2-（4）ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

仕様書項目

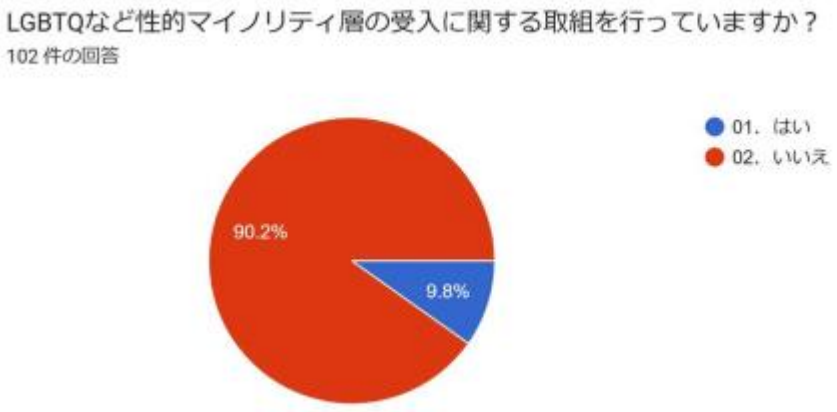
ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

■ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査　調査結果レポート（10／13）

（詳細は別添4_1_取組状況調査2024_レポートを参照）

性的マイノリティ層の受入に関する取組状況は、「取組を行っている」が全体で9.8%(10社)、「取組を行っていない」が90.2%(92社)となり、取組を実施していない団体が9割以上となった。

宿泊施設や観光事業者が研修・スタッフ教育、ALL GENDER対応設備、ジェンダーレスウェディングなどを導入し、多様な旅行者の受入環境を整備している。



業種	LGBTQなど性的マイノリティ層の受入に関する取組を行っていますか？	取組内容等について、具体的に教えてください。
アクティビティ（体験）事業者	01．はい	レインボーフラッグの掲示
宿泊施設	01．はい	LGBTQ層の受入に関する研修
宿泊施設, 飲食店	01．はい	スタッフ教育
宿泊施設	01．はい	Booking.comでLGBTQ対応ホテルに認定されています
宿泊施設	01．はい	社内研修の実施
アクティビティ（体験）事業者	01．はい	ジェンダーが関係のないサービスのため。
その他の観光事業	01．はい	車いす用お手洗いをALL GENDERに変更
宿泊施設	01．はい	普通に受け入れている
宿泊施設	01．はい	Genderless Wedding PLANの実施
宿泊施設	01．はい	Booking.comのProud Hospitality　開催日： 2024-04-16, 開始時刻： 09:00am CEST. 75分間にわたるこちらのトレーニングは、HospitableMeのインクルーシブなおもてなしの専門家によって行われます。同団体との協力のもとで設計された本トレーニングは、貴施設のスタッフがLGBTQ+の旅行者について理解を深め、良質なおもてなしを提供できるようサポートする内容となっています。

2-（4）ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

仕様書項目

ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

■ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査　調査結果レポート（11／13）

（詳細は別添4_1_取組状況調査2024_レポートを参照）

知識・認識不足：「何をしていいかわからない」「具体的な対応方法が不明」「LGBTQ+の受け入れが必要か分からない」など、情報不足や認識の欠如が主な要因。

リソース・優先度の問題：「人手不足で対応が難しい」「業務負担が増える」「優先すべき対応が他にある」など、実施に向けたリソースの確保が難しい。必要性・需要の認識の違い：「これまで特に対応の必要がなかった」「特定の層に特別な配慮をするのは逆差別につながる」など、受け入れの必要性を感じていないケースもある。

このように、多くの事業者が「知識不足」「リソース不足」「必要性の認識の違い」により、対応に至っていないことが分かる。

業種	LGBTQなど性的マイノリティ層の受入に関する取組を行っていますか？	LGBTQなど性的マイノリティ層の受入に関する取組を行っていない理由を教えてください。
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからな い
観光案内所	02．いいえ	何をしていいかわからな い
宿泊施設	02．いいえ	まだ、進めきれていない
宿泊施設	02．いいえ	宿泊施設において改めて取り組む必要は感じない。そのような方がも普通に宿泊している。
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいのかわからないし、スタッフ不足で日々の業務をこなすので精一杯。こういったアンケートに費やす時間も業務が増えて苦痛でしかない。
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからない
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからない
宿泊施設	02．いいえ	必要性は感じるが何をしていいかわからな い
宿泊施設	02．いいえ	うちのホテルの規模だと不要だと思います
宿泊施設運営代行会社	02．いいえ	何をしていいかわからない。特にそういった壁等を設けているつもりもありません。
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	LGBTQとそうではない人とではツアー体験に関して、そんなに差異もなく、通常通りで対応できているから。
宿泊施設	02．いいえ	具体的な取り組みがわからないため
宿泊施設	02．いいえ	積極的に"やってます"アピールするものと考えていない
宿泊施設	02．いいえ	メリットを感じない
宿泊施設	02．いいえ	必要がないから
宿泊施設	02．いいえ	取組していくべきだが、実際には行えていない状況。
宿泊施設	02．いいえ	人手不足のため、従業員研修に時間を割けない。
宿泊施設	02．いいえ	本社からの指示がない為
宿泊施設	02．いいえ	受け入れに関し偏見は持っておりませんが、マイノリティ層の為だけに特別何かをすることが差別につながることだと思っております。
宿泊施設	02．いいえ	どのように行うかが不明な為
宿泊施設	02．いいえ	どういった対策が必要なのか未確認
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからな い
飲食店	02．いいえ	飲食店においてどのような取り組みができるのかがイメージできない
宿泊施設, アクティビティ（体験）事業	02．いいえ	特になし
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	何をしていいかわからな い
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	何をしていいかわからな い
宿泊施設, 飲食店	02．いいえ	何もしてよいかわからない
アクティビティ（体験）事業者, 芭蕉布	02．いいえ	当工房の見学やギャラリーでの販売で、来店されたお客様は皆受け入れているので、対策を考えたことがありません。
宿泊施設	02．いいえ	受け入れを行っていないわけではないため。来るもの拒まず。
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからな い
宿泊施設	02．いいえ	どのように取り組むべきか
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからない
宿泊施設	02．いいえ	現状で受入れ拒否を行っていない為。
宿泊施設	02．いいえ	どういった事が、受入になるのかがわからない。
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	人で不足で余裕がない
宿泊施設	02．いいえ	そもそも宿泊では、男女は関係ない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	性別問わずで、確認をする必要がない為。
宿泊施設, ゴルフ場	02．いいえ	何をしていいかわからな い
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	/
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	事業的に必要を感じていない
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからな い
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	特に考えたことがない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	何をしていいかわからな い
宿泊施設	02．いいえ	体制が整っていない
宿泊施設	02．いいえ	体制が整っていない
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからな い

2-（4）ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

仕様書項目

ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

■ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査　調査結果レポート（12／13）

（詳細は別添4_1_取組状況調査2024_レポートを参照）

知識・認識不足：「何をしていいかわからない」「具体的な対応方法が不明」「LGBTQ+の受け入れが必要か分からない」など、情報不足や認識の欠如が主な要因。

リソース・優先度の問題：「人手不足で対応が難しい」「業務負担が増える」「優先すべき対応が他にある」など、実施に向けたリソースの確保が難しい。必要性・需要の認識の違い：「これまで特に対応の必要がなかった」「特定の層に特別な配慮をするのは逆差別につながる」など、受け入れの必要性を感じていないケースもある。

このように、多くの事業者が「知識不足」「リソース不足」「必要性の認識の違い」により、対応に至っていないことが分かる。

業種	LGBTQなど性的マイノリティ層の受入に関する取組を行っていますか？	LGBTQなど性的マイノリティ層の受入に関する取組を行っていない理由を教えてください。
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからな い
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	何をしていいかわからない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	施設として何を行っていいのかが明確にわからない中で、お手洗いに関しては男子・女子トイレの間に誰でも使えるトイレを表示しています
宿泊施設	02．いいえ	特になし
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	LGBTQじたい気にしていないので、わざわざ取り組む必要がないと考えています。
宿泊施設	02．いいえ	時間がない
宿泊施設	02．いいえ	講習会などを受ける予定
宿泊施設	02．いいえ	特に分けて考えていない。なにをしていいかわからない。どういう表記がただしいのかわからない
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからな い
宿泊施設	02．いいえ	来年度から考える。
宿泊施設	02．いいえ	来年度から考える。
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいか分からない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	取り組みではなく普通に受入しています
宿泊施設, アクティビティ（体験）事業	02．いいえ	どの様に接してよいかわからない為
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	元々特に制限をしていないため
宿泊施設	02．いいえ	必要性を感じていない
宿泊施設	02．いいえ	宿泊施設での導入事例が少ない
その他の観光事業	02．いいえ	LGBTQ層の研修は受けていませんが、どんなお客様でも受け入れ体制でおります。
宿泊施設	02．いいえ	どう取り組むべきかわからない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	シュノーケリングやダイビングのサービスを提供するのに性別等は関係無いから。
宿泊施設	02．いいえ	障害と違って、ホテルの利用に対しバリアがあるわけでないので、何をしていいかわからな い
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	もとより区別はしていない。
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	今の所必要性を感じていないため
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからない
宿泊施設	02．いいえ	
その他の観光事業	02．いいえ	わからない
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	何をしていいかわからな い
宿泊施設	02．いいえ	具体的な策が分からない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	取組を行っているかどうかがわからない為、いいえを選択しました
宿泊施設	02．いいえ	受け入れを拒んではいないが、取り組み自体は特に何もしていない。今後どうするかは、まだ未定です。
宿泊施設	02．いいえ	何かを求められたことがないため対策なども行えていない
宿泊施設	02．いいえ	取組を検討しているがまだ行えていない
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	ダイビングは問題なくご参加出来ますので、表立ってうたってないだけです
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	わかりません
宿泊施設	02．いいえ	特別な取組はおこなっていない。他と同様に対応している
宿泊施設	02．いいえ	特に表記をしなくとも利用者はいるため
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	業務上基本的に性別は関係ないので
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	何をしていいかわからな い、メリットを感じない
小売業	02．いいえ	特に必要性を感じていないです。というか、どんな方もお買い物に来てくださっています。
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからない
宿泊施設, その他の観光事業	02．いいえ	補助がない限り施設をバリアフリーにはできそうにありません。
アクティビティ（体験）事業者	02．いいえ	特に意識していなかった
その他の観光事業	02．いいえ	何をしていいかわからな い、メリットを感じない
宿泊施設	02．いいえ	何をしていいかわからない
観光案内所	02．いいえ	レインボーフラッグなどは飾っていませんし、見える形でこちらからは発信はしていませんが、受け入れは問題ありません。LGBTのスタッフでも他の方と同じく採用しますし、LGBTのお客様でも他の方と同じように対応致します。

2-（4）ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

仕様書項目

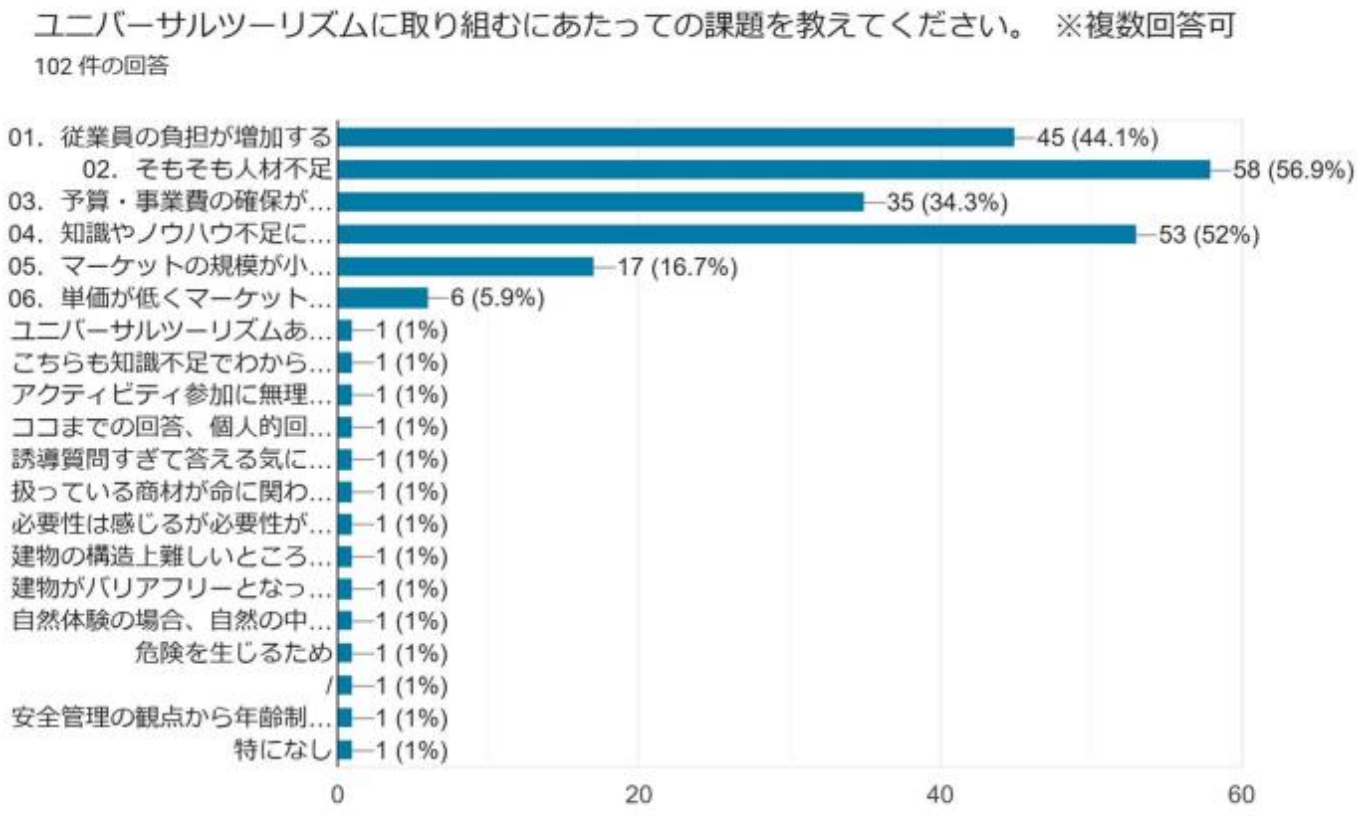
ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査の実施

■ユニバーサルツーリズム推進にかかる取組状況調査　調査結果レポート（13／13）

（詳細は別添4_1_取組状況調査2024_レポートを参照）

ユニバーサルツーリズムに取り組む際の課題として、「人材不足」が全体の56.9%（58社）で最も多い回答となった。次いで、「知識やノウハウ不足により、何をすべきかわからない」（52%・53社）、「従業員の負担が増加する」（44.1%・45社）、「予算・事業費の確保が困難」（34.3%・35社）が主な課題として挙げられた。

さらに、「マーケットの規模が小さく、取り組む必要性を感じない」や「単価が低く、マーケットとしての将来性を感じない」といった声も一定数見られた。



2-（５）その他、本事業の目的を達成するための取組（自由提案）

仕様書項目

①　じゃらんを活用したプロモーション

「ちょっと贅沢な沖縄ガイドBOOK／じゃらん沖縄MOOK2025」に特集ページ「ユニバーサルツーリズムおきなわ」を掲載し、沖縄県のユニバーサルツーリズム推進について広く情報発信を行った。高齢者や障がい者に加え、LGBTQ、乳幼児連れの家族、食物アレルギー対応など、多様なバリアへの取り組みを網羅している点が特徴。さらに、「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の認知向上を図り、旅行客への啓発も目的としている。

■じゃらん沖縄MOOK（観光情報誌）のメディア概要

じゃらん沖縄MOOK 2025（24年12月～1年間流通）

「ちょっと贅沢な沖縄ガイドBOOK」は、
2013年より大人女子をコンセプトに展開を図り、
部数も好調に推移している。
本年も引き続き、メインターゲットは
「消費意欲の高いアクティブな働く女性」とした上で、
ターゲットの思考、沖縄旅行の目的に沿った
ちょっと贅沢な沖縄の旅行情報を
充実させることにより、高いアクションに繋げていく。

「じゃらん沖縄2025」媒体概要

◆実施号　　：2024年12月19日（木）発売（予定）※発売日から1年間流通
◆定価　　：700円（税込）
◆発行部数　：5万部（予定）
◆流通エリア：東名阪・沖縄を中心に全国
◆流通形態　：書店・コンビニエンスストアチェーン

【ターゲット像】沖縄旅行経験のある消費意欲の高い旅行者

●来訪経験　：過去に2回以上の沖縄旅行経験のある「リピーター」層
●年代・性別：30代～の旅行における消費意欲の高い働く女性を中心とした旅行者
●居住地　　：沖縄への直行便のある地域を中心とした首都圏・関西圏など
●同行者　　：【メイン】夫婦、恋人 【サブ】女子同士、友人、ファミリー
●宿泊日数　：2泊3日～3泊4日
●予算感　　：旅行費全体では大人1回あたり10～15万円

2-（5）その他、本事業の目的を達成するための取組（自由提案）

仕様書項目

①　じゃらんを活用したプロモーション

■じゃらん沖縄MOOK（観光情報誌）特集ページ

2P目

1P目

4P目

3P目

（詳細は別添5_1_じゃらん沖縄MOOKを参照）

2-（５）その他、本事業の目的を達成するための取組（自由提案）

仕様書項目

②　障がい者、高齢者向け実態調査

高齢者や障がい者の旅行実態を把握し、今後の旅行における想定やバリアフリーニーズ、必要な支援・施策の認知状況を明らかにすることを目的とし「高齢者・障がい者の旅行に関する調査」を実施した。この調査を通じて、高齢者や障がい者の旅行環境の現状を明らかにし、ユニバーサルツーリズムの推進に向けた政策立案やサービス改善のための基礎資料を提供することを目指した。

■高齢者・障がい者の旅行に関する調査　実施概要

調査目的	① 高齢者および障がい者の旅行実態やニーズを把握し、バリアフリー対応の課題や改善点を明確にすること。 ② ユニバーサルツーリズム推進に向けた施策や制度の認知状況を確認し、今後の環境整備や情報発信の基礎資料とすること。
調査対象者	① 高齢者層（65歳以上） ② 障がい者層（障がい者手帳保有者）　／20歳以上の男女 ※全国（沖縄県を除く）
回答サンプル数	• **1,036サンプル（高齢者310、障がい者726）** • 障がい者のサンプル数内訳は以下の通り 身体障がい者：251名、視覚障がい者：59名、 聴覚障がい者：56名、精神障がい者：155名、 知的障がい者：61名、発達障がい者：75名、 その他の障がい者：69名
調査手法	• インターネット調査（マクロミルのモニターパネルを活用） • 対象者に対するオンラインアンケートの実施
調査期間	• スクリーニング調査：2024年6月25日（火）～6月27日（木） • 本調査：2024年6月28日（金）～7月1日（月）
調査項目	**１．直近の旅行実態の把握** ・高齢者および障がい者の旅行経験や頻度 ・旅行目的や同行者、消費行動の分析 **２．今後の旅行における想定** ・旅行への意向 ・旅行先の選定基準や希望するサービス **３．バリアフリーに関するニーズの探索** ・旅行中に直面する課題や不安 ・バリアフリー対応に関する改善要望 **４．施策・制度の認知状況の確認** ・「観光施設における心のバリアフリー認定制度」などの認知度 ・バリアフリー旅行を促進するための情報発信の必要性

2-（５）その他、本事業の目的を達成するための取組（自由提案）

仕様書項目

②　障がい者、高齢者向け実態調査

■高齢者・障がい者の旅行に関する調査　結果サマリ

高齢者・障がい者の旅行意向と実施率	• 高齢者や障がい者の多くは旅行に行きたいと考えているが、実際の旅行実施率は低い。 • **高齢者：**特に75歳以上では、旅行意向があっても直近1年以内の旅行実施率は 4.4% と低い。 • **障がい者：**身体・精神障がい者は 1年以内の旅行実施率が特に低い 傾向がある。
旅行の目的・傾向	**高齢者：** • 温泉・露天風呂、名所・旧跡巡り、地元の美味しい食事 が主要目的。 • 夫婦2人旅行が多く、1～2泊の短期間旅行が主流。 **障がい者：** • 宿泊施設での快適な滞在を重視（特に温泉よりも「宿そのもの」を目的とする傾向）。 • 家族旅行、1人旅が多い。知的障がい者はユニバーサルツーリズム商品を利用する割合が比較的高い。 • 移動や宿泊のバリアフリー対応を重視。
バリアフリーニーズ・課題	**①旅行時の不満・不安** • **高齢者：**すべての行程で 移動の不安が2割以上。 • **障がい者：**特に 移動手段のバリアフリー（エレベーター・バスの乗降・段差）に対する不満が多い。 • **聴覚障がい者：**手話対応スタッフの不足、筆談対応の必要性が指摘。 • **視覚障がい者：**飲食店のメニューやタッチパネル注文の難しさが課題。 • **知的・発達障がい者：**旅行計画や情報収集の難しさが課題。 **②バリアフリー対応の優先ニーズ** • 宿泊施設のバリアフリー化（トイレ、出入口・通路、客室） • 移動手段のバリアフリー化（バス・タクシー・鉄道の利用しやすさ） • スタッフの配慮（障がい者や高齢者への理解・気遣い）
施策・制度の認知状況	• 「観光施設における心のバリアフリー認定制度」や「沖縄県の観光バリアフリー宣言」の認知率は低い（高齢者は1割未満、障がい者も15%程度）。 • しかし、約7割が「参考にしたい」と回答しており、さらなる情報発信が必要。
総括・今後の課題	• **旅行実施率が低い要因として「移動の不便さ」「バリアフリー設備の不足」「情報の少なさ」が挙げられる。** • **観光施設・宿泊施設・交通機関のバリアフリー対応強化に加え、旅行情報の発信強化が求められる。** • **制度や施策の周知を進めることで、高齢者や障がい者の旅行参加を促進できる可能性が高い。**

2-（５）その他、本事業の目的を達成するための取組（自由提案）

仕様書項目

②　障がい者、高齢者向け実態調査

■高齢者・障がい者の旅行に関する調査　報告書（納品用）

（詳細は別添5_2_高齢者・障がい者の旅行実態調査_報告書を参照）

■高齢者・障がい者の旅行に関する調査　報告書（観光関連事業者共有用）

（詳細は別添5_3_高齢者・障がい者の旅行実態調査_事業者用報告レポートを参照）

3-1．本事業の成果

成果

1. ユニバーサルツーリズム推進に向けた環境整備の進展

本事業を通じて、ユニバーサルツーリズムの受け入れ環境の整備が大きく進展した。「心のバリアフリー認定制度」の認知度向上と新規認定施設の増加、観光事業者へのアドバイザー派遣の実施により、現場レベルでの具体的な対応が進んだことは大きな成果である。宿泊施設を中心にバリアフリー対応が進んだほか、飲食店や観光施設への波及も期待される。

また、高齢者や障がい者の旅行実態調査を実施したことで、当事者が直面する課題やバリアフリーニーズを可視化し、今後の施策立案やサービス改善の基礎資料を整備できたことも重要な成果である。移動や情報取得の難しさといった課題が明確になり、観光事業者がより具体的な改善策を講じるための指針となるデータが得られた。

2. 情報発信の強化による認知度向上

本事業では、ユニバーサルツーリズムに関する情報発信の強化にも注力した。特に、ポータルサイト「ユニバーサルツーリズムOKINAWA」の改修によって、視覚障がいや加齢による見えづらさに配慮した機能が追加された点は大きな成果である。これにより、情報アクセシビリティが向上し、より多くの人が必要な情報にアクセスしやすくなった。

さらに、Web広告やSNSを活用したプロモーションにより、ユニバーサルツーリズムの概念が広く認知されるようになった。特に、Googleディスプレイネットワークや Instagram広告の配信により、対象者の関心を喚起することに成功した。

3. 国内外でのプロモーション活動

（ツーリズムEXPOジャパン2024、台北国際旅行博など）への出展を通じて、沖縄が「誰もが楽しめる観光地」としてのブランド確立に向けた基盤を築いたことも重要な成果の一つである。特に海外市場へのアプローチが強化されたことで、外国人旅行者の受け入れ体制が強化され、インバウンド需要の拡大が期待される。

また、多言語対応のPRツールの制作や、動画コンテンツの活用により、沖縄がユニバーサルツーリズム推進地であることを国内外に発信できた点も成果に挙げる。

3-2．今後に向けての課題

課題

1. 認定制度のさらなる普及と支援の必要性

「心のバリアフリー認定制度」に関する認知度は向上したものの、実際に認定を受ける施設の数はまだ十分とはいえない。特に、飲食店や観光施設においては、認定取得が進んでいない現状がある。これは、認定取得にかかるコストや手続きの煩雑さが障壁となっている可能性が高い。

今後は、認定制度の取得支援を強化し、事業者が手軽に申請できるようなサポート体制を整備することが求められる。例えば、補助金の拡充や、申請手続きを簡素化することで、より多くの施設がバリアフリー化に取り組めるようにする必要がある。

2. 人材不足と教育の課題

観光事業者の間では、ユニバーサルツーリズムに関する知識やスキルを持つスタッフが不足していることが大きな課題となっている。特に、中小規模の宿泊施設や飲食店では、日々の業務に追われる中でバリアフリー対応に関する研修を実施する余裕がないという声も聞かれる。

今後は、オンライン研修の導入や、観光業界向けのバリアフリー対応マニュアルの提供を通じて、事業者が無理なく学べる環境を整備することが重要である。

また、自治体や観光協会と連携し、専門家による研修プログラムを提供することで、観光業界全体の意識改革を促す必要がある。

3. バリアフリー環境の地域格差

都市部の観光施設ではバリアフリー対応が進んでいる一方で、離島や地方の観光地ではまだまだ対応が遅れている。特に、交通手段のバリアフリー化が不十分であるため、高齢者や障がい者がスムーズに移動できる環境を整備することが今後の課題となる。

具体的には、以下のような取り組みが求められる

・ユニバーサルデザインに基づいた公共交通機関の整備
・バリアフリー対応のタクシーやレンタカーの普及
・離島へのアクセス手段の改善（フェリーのバリアフリー化など）

3-3．全体考察

考察

1. 沖縄の観光戦略におけるユニバーサルツーリズムの位置づけ

本事業を通じて、沖縄がユニバーサルツーリズム推進地としてのブランドを確立するための基盤が整った。観光業界全体の意識が高まり、受け入れ環境の整備が進んだことで、今後の観光戦略においてユニバーサルツーリズムが重要な柱の一つとなることは間違いない。今後は、ユニバーサルツーリズムを「特別な施策」ではなく、観光の標準として根付かせることが重要である。そのためには、観光業界全体の協力が不可欠であり、行政・事業者・地域社会が一体となって取り組む体制を構築する必要がある。

2. 継続的な取り組みの重要性

ユニバーサルツーリズムの推進は、一過性の施策ではなく、継続的に取り組むべき課題である。特に、バリアフリー環境の整備には時間とコストがかかるため、長期的な視点での計画が求められる。また、インバウンド需要の拡大に向けて、海外の障がい者団体や旅行代理店との連携を強化し、外国人旅行者向けのバリアフリー情報を充実させることも重要である。

3. 事業者の意識改革と社会全体の理解促進

最終的には、ユニバーサルツーリズムの実現には、観光事業者だけでなく、地域社会全体の理解と協力が不可欠である。障がい者や高齢者が当たり前に旅行を楽しめる環境を整えることで、沖縄の観光地としての魅力がさらに向上し、多様な旅行者が安心して訪れることができるようになる。今後は、事業者だけでなく、地域住民や自治体と連携し、ユニバーサルツーリズムを沖縄の観光文化として定着させることが求められる。

令和６年度
おきなわユニバーサルツーリズム推進事業

実施報告書
（概要版）

令和７年３月21日

株式会社リクルートライフスタイル沖縄